

他者に向けられた圧力の大きいコミュニケーションの説得効果 — 圧力がリアクタンスまたは承諾をもたらすのはどんな場合か? —

今城 周造

Do high-pressure communications cause reactance or compliance?

Shuzo IMAJO

According to the reactance theory, people perceive high-pressure communications as a threat to freedom and as a result they are not persuaded by such communications. However, high-pressure communications might have a persuasive potential, if they were not perceived as being a threat to a person's freedom. It was hypothesized that when a high-pressure communication is targeted at an individual, it would result in resistance to persuasion as assumed by the reactance theory, whereas, when it is targeted at another person(s), it would result in the receivers' compliance with the communication. Undergraduate ($n=145$) participated in a study to test this hypothesis, in which they were randomly allocated to an experimental design consisting of pressure (high or low) \times target (participant vs. other-people) factorial design. Participants were asked to read one of the communications and responded to measures of attitudes about the communications. A 2-way ANOVA indicated a significant interaction between pressure and target of the communication. As hypothesized, high pressure communications directed at an individual resulted in resistance to persuasion, however, those directed at others tended to increase compliance. Theoretical and practical implications of these findings are discussed.

Key words : *psychological reactance* (心理的リアクタンス), *attitude change* (態度変化),
overheard communication (漏れ聞きコミュニケーション), *persuasion* (説得)

目 的

本研究の目的は、他者への圧力がどのような説得効果を持つかを検討することであった。自分向けではなく他者に向けられた説得文を読んで、態度が変わることはあるであろうか。その際、説得の圧力の大きさはどう影響するであろうか。

リアクタンス理論

圧力の大きさと説得効果の関係を扱った理論としては、心理的リアクタンス理論 (Brehm, 1966; Brehm & Brehm, 1981) がある。リアクタンス理論の基本仮説は、行動の自由が脅かされると、人は自由を回復するように動機づけられるというものである。自由の回復を目指す動機づけを、心理

的リアクタンスと呼ぶ。例えば、「まだ結婚しないの? 早くしなさい」と言われると、「結婚するかしないかは個人の自由なのに、人から言われたくない」という気持ちが強まり、結婚に消極的になることがあるのではないかと推測される。また説得場面では、説得の圧力が大きいほど態度の自由は脅かされる。その自由を回復するために、人は唱導方向とは逆へと態度を変化させると予測される (ブーメラン効果)。例えば、ある法案に賛成するか反対するかは個人の自由であると感じているときに、「賛成すべきだ。反対してはならない!」と圧力をかけられると、「どう考えるかは自分で決めたい。反対したっていいじゃないか」と憤慨することがある。このように、説得の対象者本人に向けられた説得は、押しつけがましく断定的なほ

ど、逆効果に終わる可能性が高い。自由への脅威が大きいほど説得に抵抗するという結果は、繰り返し報告されている (e.g. Snyder & Wicklund, 1976; Worchel & Brehm, 1970)。

リアクタンス理論が主張するように、強い口調が抵抗をもたらすとすれば、断定的な表現を避け、穏やかな表現を用いた方が得策ということになる。しかし、重大な問題に関しては、意識的に「押しつけがましく」することはないとしても、熱心さのあまり、結果としてそうになってしまうこともある。熱心に説得しながら、抵抗を回避する方法はないであろうか。

熱心さや圧力の大きさが逆効果をもたらす理由は、送り手が説得を意図していることをそれらが受け手に認知させるからである。熱心に圧力をかけられるほど、送り手が本気で説得しようとしていることが感じられ、態度の自由は脅かされる。逆に言えば、説得意図の認知を小さくできれば、自由への脅威も小さくなり、説得への抵抗も減少すると考えられる。

Heller, Pallak & Picek (1973) は、説得の圧力と、説得意図の帰属の効果を調べ、圧力の大きい説得が抵抗をもたらすかどうかは、説得意図の帰属次第であることを示した。すなわち、説得者が強い説得意図を表明した場合には圧力は抵抗をもたらすが、説得意図がない（「実はこの問題にあまり関心がない」）ことを事前に述べると、圧力が大きくても抵抗が顕著ではなかった。Hellerら (1973) の結果は、説得意図を帰属されなければ、大きな圧力は抵抗をもたらさないことを意味している。例えば教師が「校則を守れ!」と生徒に説教する際に、「先生は本気だ」と帰属されれば抵抗が生じるかもしれないが、「先生は役割上、そう言わざるを得ないだけだ」と帰属されれば、圧力は自由への脅威とはならないであろう。ただし、説得意図のない送り手の熱心な説得という組み合わせは不自然であり、抵抗をもたらさないことはあるとしても、その圧力の大きさが承諾を増大させる可能性は低いと推測される。さらに、重要な説得を行う際に、説得者がその問題への無関心を標榜することはできないであろう。

漏れ聞きコミュニケーション

説得意図の認知が小さくなる状況として、漏れ

聞きコミュニケーションが挙げられる。Walster & Festinger (1962) の実験では、参加者は隣室のモニターで他者のディスカッションを聞き、終了後に感想を聞かれることになっていた。その際、統制条件の参加者には、他者は自分達のディスカッションが隣室で聞かれていることを知っていると告げ、漏れ聞き条件の参加者には、他者はディスカッションを聞かれていることを知らないと告げた。すなわち統制条件では、他者のディスカッションは参加者にも向けられたものであるが、漏れ聞き条件では、他者のディスカッションは参加者に向けられたものではなかった。実験の結果、他者のディスカッションの影響は漏れ聞き条件で大きかった。

この結果は、説得が自分に向けられていない場合には、説得意図を感じないため、説得効果が大きいことを示唆している。ただし Walster & Festinger (1962) の実験手続きは特殊であり、「相手に知られずに立ち聞き」するような状況を大規模な説得場面で設定することは容易ではない。

目 的

本研究では、説得が自分に向けられていない状況を、漏れ聞きではなく、明示的に、他者に向けられた説得を参加者に読んでもらうことにより設定する手続きを提案した。さらに、説得が自分に向けられていない場合には、自分への説得意図は認知されにくいので、圧力の大きい説得の効果も、リアクタンス理論が予測するものとは異なるものになる可能性がある。

本研究では、他者への圧力、すなわち他者の自由を侵害する説得が、自分にどのような影響を与えるかを検討する。「Aさんは〇〇に賛成すべきだ」という説得は、Aさんの態度の自由を侵害するので、Aさんは抵抗するであろう。一方、この説得はAさん以外の人々の態度の自由を直接には侵害しないので、他の人にはリアクタンスが喚起される可能性は小さい。従って、他者への熱心で力強い説得は、それを読んだ人に説得効果をもたらすのではないかと推測される（それを読んだ人の自由を間接的に侵害しない限り）。

本研究では上野 (1991) と類似の話題（小説と人間形成）を用いて、読書を勧める簡単な説得を行う。実験参加者は大学生であるが、説得文に

は、その対象者が大学生のものと高校生のものであった。「大学生は小説を読むべきだ」という説得は大学生にリアクタンスを喚起させるが、「高校生は小説を読むべきだ」であれば、大学生には抵抗は生じず、むしろ肯定的な反応が生じる可能性がある。

本研究の仮説は以下の通りであった。

仮説1 対象が自分である圧力は、受け手に抵抗を生起させるであろう。

仮説2 対象が他者である圧力は、受け手に承諾を生起させるであろう。

方 法

実験参加者

参加者は大学生男女145人であった。実験は心理学の授業の一部を利用して集団実施した。実験に参加したくない人は、未記入のまま提出するように口頭で指示した。

手続き

実験は「意見広告の評価に関する調査」と紹介された。参加者は、試作した広告を見せられ、感想や評価を求められた。意見広告は8行の本文と文庫本の写真（「若きウェルテルの悩み」「ころ」など8点）から成るもので、送り手は「青少年読書推進協会」であった。本文の内容を一部変えることで、圧力と説得対象の操作を行った。変更箇所は文字にそれぞれ赤・青・緑の色を付け、目立つようにした。実験計画は、圧力（大・小）×対象（高校生・大学生）の参加者間2要因配置であった。条件ごとの人数は、高校生－圧力小条件では34人、高校生－圧力大条件では38人、大学生－圧力小条件では31人、大学生－圧力大条件では42人であった。参加者は、4種類の冊子のうちのひとつを無作為に配布された。実験終了後、広告は実験者が作成したものであることや、仮説検証のため一部に押しつけがましい表現が含まれていたことを説明した。

実験操作

説得圧力の大小は、表現を変えることで操作した。圧力小条件では「大学生の皆さん もっと小説を読みませんか？（下線部を青で印刷）」「感受

性の強い大学時代にすばらしい小説をたくさん読みましょう」「小説は豊かな人間性を育てるでしょう（波線部を緑で印刷）」という表現を用い、圧力大条件ではそれらを「大学生の皆さん もっと小説を読みなさい！」「感受性の強い大学時代にすばらしい小説をたくさん読むべきです」「小説は豊かな人間性をきつと育てます」に差し替えた。説得対象の操作は、高校生対象条件で「大学」を「高校」に変更した（該当箇所を赤で印刷）。

従属測定

説得効果の指標は、行動への態度（小説を読むことにあなたは賛成ですか、反対ですか？：非常に反対1－非常に賛成7）、行動意図（あなたは「もっと小説を読もう」と思いますか？：全くそうは思わない1－全くそう思う7）、態度対象への態度（「小説は豊かな人間性を育てる」という意見をどう思いますか：非常に反対1－非常に賛成7）、反論への同意（「小説を読まない人がいてもいい」という意見をどう思いますか：非常に反対1－非常に賛成7）であった。また、説得効果の評価を求めた（失敗している1－成功している7、逆効果だ1－効果的だ7）。

一方、説得効果には要因の影響が見られなくても、内面ではリアクタンスが経験されている場合がある。リアクタンス喚起の主観的反応（Brehm & Brehm, 1981）の指標として、小説を読むことの魅力度（好きな1－嫌いな7、魅力のない1－魅力のある7）や説得者への好意度（感じの悪い1－感じの良い7）を尋ねた。操作チェックのために圧力認知（言い方がやさしい1－言い方がきつい7、読者の意見を尊重している1－読者に意見を押しつけている7）と対象認知（1他人に向けられている－7自分に向けられている）の評定を求めた。

結 果

圧力操作の検討

圧力操作の有効性を検討するために、「言い方のきつさ」と「意見の押しつけ」の評定を求めていたが、両者の相関係数 r は.57 ($p<.001$)であり、クロンバックの信頼性係数 α も.72であったので、

両者を加算して圧力認知の指標とした。圧力認知の条件ごとの平均値をFigure 1に示す。圧力×対象の2要因分散分析を行ったところ、圧力認知については圧力の主効果が有意であった ($F(1,141) = 39.93, p < .001$)。圧力大条件では圧力認知が有意に増大した。圧力認知の得点可能範囲は2～14であり、圧力大条件でも数値は十分に大きいとは言えないが(7件法に換算すると「やや」感じる程度)、圧力大条件と小条件の間に有意差があったので、圧力の操作は有効であったと見なした。

対象操作の検討

対象認知の条件ごとの平均値をFigure 2に示す。圧力×対象の2要因分散分析を行ったところ、予期しない交互作用が得られた ($F(1,141) = 6.94, p < .01$)。圧力小条件では対象の単純主効果が有意であり ($F(1,141) = 7.26, p < .01$)、大学生対象条件の説得は自分向けと、また高校生対象条件の説得は他人向けと、操作の方向通りに認知された。

一方、圧力大条件では対象の単純主効果が有意ではなく、平均値の大小が逆転する傾向さえ見られた。これは主に、高校生対象条件における圧力の単純主効果が有意であり ($F(1,141) = 4.68, p < .05$)、他者への説得の圧力が大きいほど、その説得を自分向けであると認知する傾向によるものであった。この予想外の傾向の影響については、後

で考察する。結局、対象の操作は、圧力小条件においてだけで有効であった。

行動意図と態度への影響

行動意図と行動への態度については、圧力×対象の2要因分散分析の結果、有意な効果は得られなかった。統計的に有意ではないが、大学生対象条件では、圧力が増大すると行動意図が減少し(平均値は圧力小条件で5.23, 圧力大条件で4.86)、また行動への態度がより否定的であった(平均値は圧力小条件で5.90, 圧力大条件で5.60)。

態度対象への態度の各条件における平均値をFigure 3に示した。圧力×対象の2要因分散分析を行ったところ、交互作用が有意であった ($F(1,141) = 7.62, p < .01$)。圧力大条件における対象の単純主効果が有意であり ($F(1,141) = 8.34, p < .01$)、他者ではなく自分が説得対象である場合に承諾は減少した。また大学生対象条件における圧力の単純主効果が有意であり ($F(1,141) = 5.77, p < .05$)、自分が説得対象である場合には、圧力が大きいほど承諾は減少した。一方、高校生対象条件における圧力の単純主効果は有意傾向であった ($F(1,141) = 2.80, p < .10$)。他者への説得の場合には、圧力が大きいほど説得効果が高い傾向が見られた。

反論への同意については条件間に差がなかった(平均値は4.97～5.14)。

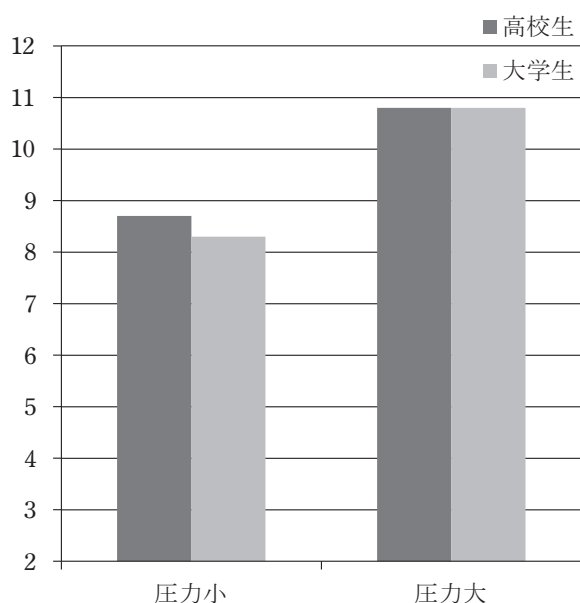


Figure 1 圧力認知の平均値

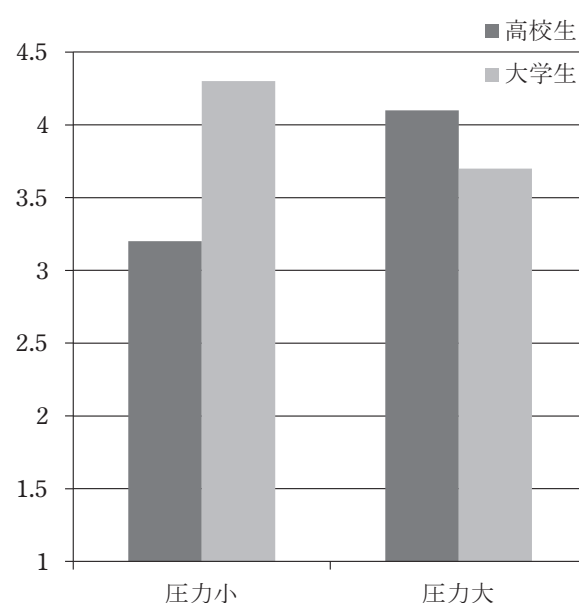


Figure 2 対象認知の平均値

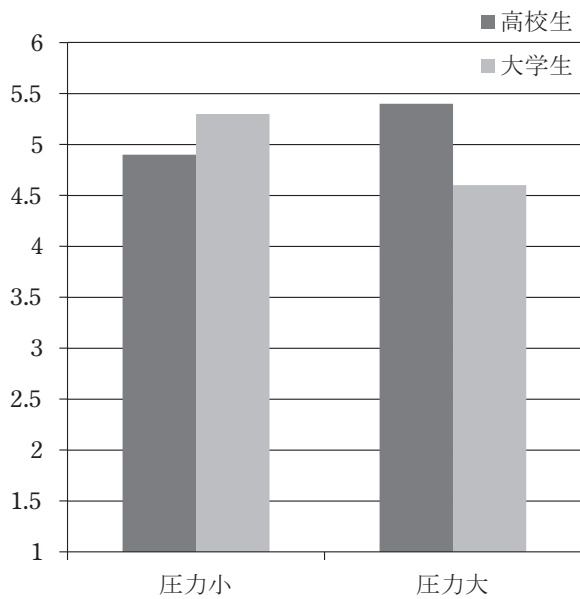


Figure 3 態度対象への態度の平均値

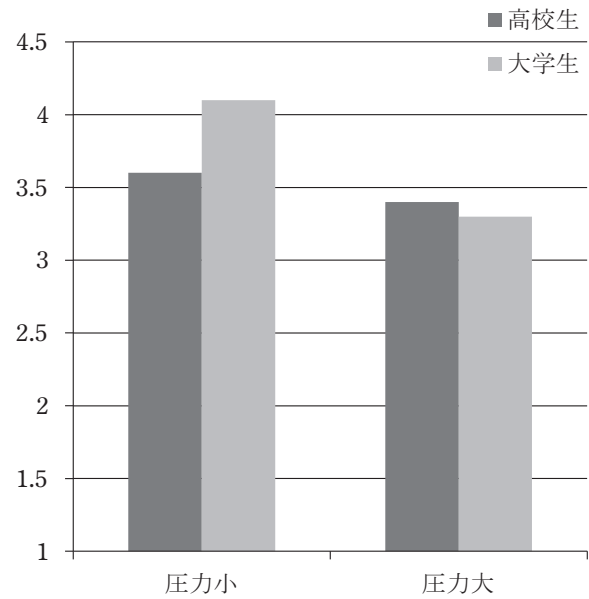


Figure 4 送り手への好意度の平均値

小説を読むことの魅力

小説を読むことへの「好きな」と「魅力のある」の評定は、相関係数 r が.74 ($p<.001$)であり、クロンバックの信頼性係数 α も.85であったので、両者を加算して小説を読むことの魅力の指標とした。圧力×対象の2要因分散分析の結果、有意な効果は得られなかった（大学生対象条件では圧力小条件で平均値が11.19, 圧力大条件で10.76; 高校生対象条件では圧力小条件で10.88, 圧力大条件で10.37）。

送り手への好意度

送り手への好意度の各条件における平均値をFigure 4に示した。圧力×対象の2要因分散分析を行ったところ、圧力の主効果が有意であった ($F(1,141) = 6.67, p<.05$)。圧力大条件では、送り手への好意度が減少した。

説得への評価

意見広告への「成功している」と「効果的だ」の評定は、相関係数 r が.76 ($p<.001$)であり、クロンバックの信頼性係数 α も.87であったので、両者を加算して説得への評価の指標とした (Figure 5)。圧力×対象の2要因分散分析の結果、圧力の主効果が有意傾向であった ($F(1,141) = 3.36, p<.10$)。圧力大条件では、説得の効果は低く評定される傾向にあった。

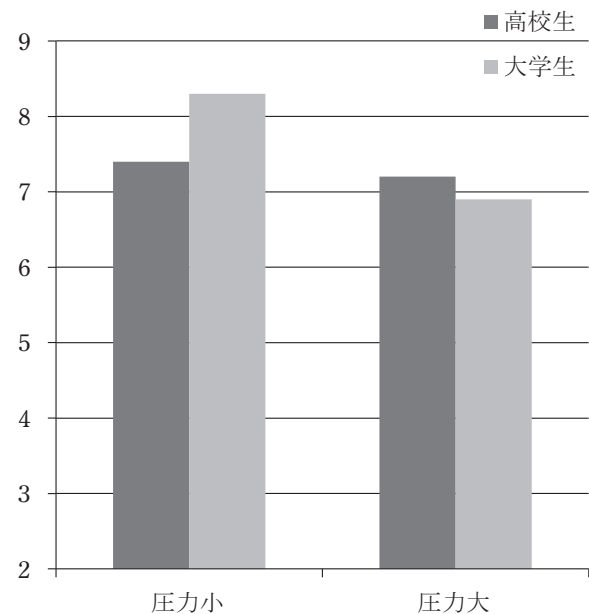


Figure 5 説得への評価の平均値

考 察

圧力の大きい説得の対象を誰と認知するか

本研究では、対象操作の検討において予期しない交互作用が見られたので (Figure 2)、仮説検証の前に、操作の妥当性について検討する必要がある。高校生対象条件では、圧力が大きくなると「自分向けではない」という認知が有意に弱まっ

た。すなわち、他者に向けられた説得の圧力が大きくなると、他人事ではすまないと感じられるようになって来た。高校生に対して高圧的な説得をする送り手は、大学生に対しても同じように押しつけがましい説得をして来るかもしれない。誰かが自由を侵害されているという事実は、自分の自由も同様に侵害される可能性があることを示唆する場合がある。他者への説得が実は自分にも間接的に向けられていると認知すれば、それは本人の自由をも侵害するものとなり (implied threat)、リアクタンスを喚起し得る。しかし本研究では、高校生対象-圧力大条件の対象認知得点は4.05 (ほぼ中立点) であり、実験参加者の自由が侵害されたことにはならないと考えられるが、説得効果の結果を解釈する際には、圧力大条件で「他人に向けられている」という対象認知が弱まっていることに留意する必要がある。

一方、大学生対象条件では、圧力が大きくなると「自分に向けられている」という認知が有意ではないが弱まった。大学生対象-圧力大条件の対象認知得点は3.69であり、わずかに中立点を下回っている。強い圧力を受けた際に、それを自分に向けられたものと認知すれば、自分の自由が侵害されリアクタンスが喚起され得る。しかしその圧力を「自分に向けられたものではない」と認知すれば、自分の自由は侵害されず、リアクタンスは喚起されない。後者は、脅威の否認 (Brehm & Brehm, 1981) による自由回復に該当し、これが生起していれば、大学生対象条件で説得への抵抗が見られる可能性は低くなる。しかし本研究では、対象認知について大学生対象条件における圧力の単純主効果は有意ではなかったため、リアクタンス効果が見られる可能性を排除する必要はないと考えられる。

結局、対象認知について予期しない交互作用が得られたが、本研究の仮説を検証する上での大きな支障にはならないと考えられる。

圧力による説得の抑制効果

大学生対象条件で圧力が大きいほど対象への態度が否定的になったことは、仮説1を支持する (Figure 3)。本研究では、圧力の操作が成功しているため (Figure 1)、この説得への抵抗は、リアクタンス喚起によるものと考えられる。受け手の

自由が侵害されると説得効果が減少するという結果は、リアクタンス理論の先行研究と合致している (e.g. Snyder & Wicklund, 1976; Worchel & Brehm, 1970)。

なお、先述のように大学生対象条件では、圧力が大きくなるとその圧力の対象を自分であるとする認知が有意ではないが弱まったが (Figure 2)、それはリアクタンス効果を抑制するほど強いものではなかった。

他者への説得の効果

上述の大学生対象条件ではリアクタンス効果が見られたが、高校生対象条件では圧力が増大しても説得効果は減少しなかった (Figure 3)。同じ内容の説得が自分 (大学生) ではなく他者 (高校生) に向けられた場合、それは自分の自由を侵害しないので、リアクタンスが喚起されないことは当然であろう。圧力が大きくても、説得意図を帰属されなければ抵抗をもたらさないという結果は、Heller, Pallak & Picek (1973) とも合致している。

さらに高校生対象条件では、圧力の増大によって抵抗が生じないばかりでなく、逆に、圧力が大きいほど承諾が増大する傾向さえ見られた ($p < .10$)。また圧力大条件では、他者に向けられた説得の方が自分に向けられたものよりも有意に大きな承諾をもたらしている。高校生対象-圧力大条件における承諾は、4つに実験条件の中で最も大きい。これらの結果から、仮説2は支持されたと考えられる。他者への説得文を読ませることは、自分向けではないにもかかわらず、それを読んだ人に説得効果をもたらす。その際、説得文の圧力が大きい方がより効果的であることが示唆された。

指標間の結果の不一致

このように仮説1と2は支持されたが、これは態度対象 (小説) への態度についてのみであり、行動 (小説を読むこと) への態度や行動意図については有意な結果が得られなかった。すなわち、小説の長所への賛否には要因の影響が見られたが、自分が小説を読むことへの賛否や、自分がもっと小説を読むかどうかに関しては差がなかった。欧米ではリアクタンスによる説得への抵抗を示した研究が多いが (e.g. Snyder & Wicklund, 1976;

Worchel & Brehm, 1970)、日本では圧力、または自由への脅威の大小によって態度変化に差が見られなかった研究も少なくない (e.g. 今城, 1986; 上野, 1986)。近年、Quick & Kim (2009) は韓国でリアクタンス研究を行い、共分散構造分析による結果を報告しているが、相関行列を見ると、脅威の大小の操作と態度変化の間に相関はなかった。このように東洋ではリアクタンス効果が見られないことがむしろ多く、今城 (2002) はリアクタンス現象の文化差の存在を指摘している。

本研究では、行動への態度と行動意図については、圧力の増大によるわずかな減少が見られたが有意差はなかった。一方で、圧力の大きい送り手への好意度が有意に減少しており (Figure 4)、これはリアクタンス喚起の主観的反応であると考えられる。また圧力が大きい場合に説得の有効性を低く評価していることも、リアクタンス喚起の徴候であろう (Figure 5)。これらの結果はリアクタンス理論 (Brehm & Brehm, 1981) の仮説を強く支持するものとは言えないが、リアクタンスに文化差があるとすれば、日本でこのような結果が生じるのも自然なことであろう。

むしろ態度対象への態度について、大学生対象条件で、圧力が大きいほど説得効果が有意に減少し (Figure 3)、リアクタンス理論の基本仮説が支持されたことの方が、日本ではまれな事例であり、注目に値する。

本人に向けられた圧力の大きい説得の効果

本研究の目的のひとつは、強く説得することの悪影響の大きさを検討することであった。「小説を読みなさい。読むべきです」という押しつけは、そう主張する人への評価を下げはしたが (Figure 4)、受け手本人が小説を読むことをどう思うか、これから小説をもっと読もうと思うかには有意な影響を与えなかった。しかも、どちらの指標も全条件で尺度の中立点以上であった。これらの結果は、送り手がある行動を受け手に強く勧めても、受け手がそれをしなくなる可能性は小さいことを意味している。送り手自身がよいと信じる行動を他者に強く勧めることによる悪影響を、過度に心配する必要はないと考えられる。

ただし、説得への抵抗が生じる可能性がないわけではないので、次の場合には注意が必要であ

る。本研究では、小説を読むことを強制したので、小説を読まない自由が脅かされたことになる。本研究においても、小説を読まない自由が重要な人に限れば、説得への抵抗が見られた可能性がある。また、小説を読まない自由が重要である集団 (例：マンガ愛好家) を標本に選べば、「小説を読め」という圧力への抵抗がより大きくなる可能性もある。すなわち、脅かされる自由が重要である場合には、リアクタンスによる抵抗が生じる可能性が残されている。強く説得する際には、その説得によって脅かされる自由、すなわち禁止される立場や行動が、受け手にとってどれくらい重要であるかを考慮する必要がある。侵害される自由が非常に重要であれば、リアクタンスが喚起される可能性を無視できなくなる。

また本研究では、自分が小説を読むことについての態度や行動意図には有意な影響がなかったが、小説の効用、すなわち態度対象への態度に説得への抵抗が見られた。これらの結果は、自分自身の行動は説得の影響を受けにくい、態度対象に関する個別・具体的な意見・評価であれば変わりうること——しかも説得に抵抗する方向へ——を意味している。すなわち、説得を受けた結果、自分が小説を読まなくなることは生じにくいとしても、本研究で見られたように、小説を読むべき理由について同意しなかったり、いつ、どんな小説を読むべきかについては送り手と同意見ではないことを受け手は感じるようになるかもしれない。受け手が送り手と同じ意見を確信しており、態度を変える可能性がない (態度の自由がない) 場合を除いて、態度対象に関する意見・評価について押しつけがましい説得をすることは避けた方がよいと考えられる。

他者に向けられた圧力の大きい説得の効果

リアクタンス理論 (Brehm, 1966) では、説得の圧力が大きいほど、受け手の抵抗が大きくなると仮定されている。しかし本研究では、受け手の自由を侵害しない場合には、説得の圧力は承諾をもたらし得ることが明らかになった (Figure 3)。特に、高校生対象条件で、圧力が大きいほど承諾も大きくなることが、10%水準ではあるが示されたことは注目される。受け手本人の自由を侵害しないように配慮すれば、説得圧力の大きさは必ずし

も抵抗をもたらすわけではなく、強く説得するほど効果的な場合もあると考えられる。

本研究で取り上げた、他者に向けられた説得を読む、あるいは聞く機会を与えられるという状況は、圧力が大きい説得が効果を上げ得る場合の一例であろう。例えば、医師がメタボリックシンドロームの人を対象に「運動しなければだめです。今すぐ始めましょう」と運動を強く勧めるTV番組や新聞・雑誌の記事は、現にメタボの人にはリアクタンスを喚起させ、運動を拒否させる可能性がある。現にメタボの人にとって、医師の説得は自分に向けられたものであり、運動するかしないかは個人の自由だからである。しかしそれらの番組や記事がメタボでない人の目に触れても、自分に向けられたものではないので、リアクタンスが喚起される可能性は低い。その結果、メタボ対策のための運動の必要性について受容が生じやすいであろう。またこのような啓発に繰り返し接触することによって、運動をしないという選択肢は徐々に失われていくであろう。後日、自身がメタボリックシンドロームになった場合、医師から強く運動を勧告されても、運動しない自由はあまり残っていないので、リアクタンス喚起によって運動を拒否することにはなりにくいと考えられる。他者への説得を見聞する機会を増やすためにも、啓発のための広報を幅広く展開し、説得対象外の人の耳目にも触れやすいようすることは重要であろう。

一方、明示的に他者向けではなくても、本人が「説得対象は自分ではない」と認知すれば、それは他者を対象とした説得になると考えられる。例えば、薬物中毒防止のための「薬物に手を出すな! 絶対だめ!」という啓発メッセージがTVやラジオで放送されることがある。またそういった内容のポスターが駅などの公共施設に掲示されることもある。これを自分に向けられた説得と認知し、さらに薬物に手を出す自由を重要と考えれば、禁止の圧力によってリアクタンスが喚起され、「なぜ絶対だめなのか、少しくらいなら薬物に手を出してもいいではないか」と考えてしまうこともあり得る。しかしこの説得を、今の自分に向けられたものではなく、「薬物の誘惑に弱い誰か」に対して向けられたものと受け取る人も少なくないと考えられる。この場合、啓発メッセージ

は、他者に向けられた説得となり、圧力が大きくても受容される可能性が高くなるであろう。対象を明示していない一般向けの説得が、誰向けのものと認知されるかについては、今後の検討がさらに必要である。

今後の課題

第1に本研究では、自分ではない説得対象として高校生を採用したが、それが他大学の学生や、社会人であれば結果はどうなるであろうか。すなわち、受け手と年齢や社会的地位が同等、あるいはそれ以上である人を対象とした説得を読んだ場合の効果を検討する必要がある。第2に、本研究では望ましい行動(読書)を強制したが、望ましくない行動(例:喫煙)を禁止する説得であれば、他者への圧力はどうなるであろうか。第3に、本研究では他者への圧力の説得効果は10%水準にとどまった。また行動への態度や行動意図には要因効果が見られなかった。これらについて有意な結果が得られるかどうかを、話題や手続きを変えてさらに検討して行く必要がある。

引用文献

- Brehm, J. W. (1966). *A theory of psychological reactance*. New York: Academic Press.
- Brehm, S. S., & Brehm, J. W. (1981). *Psychological reactance: A theory of freedom and control*. New York: Academic Press.
- Heller, J. F., Pallak, M. S., & Picek, J. M. (1973). The interactive effects of intent and threat on boomerang attitude change. *Journal of Personality and Social Psychology*, **26**, 273-279.
- 今城周造 (1986). リアクタンス喚起の測度の検討 (1) 岩手県立盛岡短期大学研究報告, **37**, 65-71.
- 今城周造 (2002). リアクタンス特性と集団主義・独自性・説得効果の関係 心理学研究, **73**, 366-372.
- Quick, B., & Kim, D. (2009). Examining reactance and reactance restoration with South Korean adolescents: A test of psychological reactance within a collectivist culture. *Communication Research*, **36**, 765-782.

Snyder, M.L., & Wicklund, R.A. (1976). Prior exercise of freedom and reactance. *Journal of Experimental Social Psychology*, **12**, 120-130.

上野徳美 (1986). 自由への脅威と受け手の独自性がリアクタンス現象に及ぼす効果 心理学研究, **57**, 228-234.

上野徳美 (1991). メッセージの反復と圧力が説得の受容と抵抗に及ぼす効果 実験社会心理学研究, **31**, 31-37.

Walster, E., & Festinger, L. (1962). The effectiveness of "overheard" persuasive communication. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, **65**, 395-402.

Worchel, S., & Brehm, J. W. (1970). Effect of threats to attitudinal freedom as a function of agreement with the communicator. *Journal of Personality and Social Psychology*, **14**, 18-22.

いまじょう しゅうぞう (昭和女子大学大学院生活機構研究科)

